



**idat**

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO  
“IDAT”**

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN DISEÑO GRÁFICO**

**IMPORTANCIA DE LA AGENCIA DE DISEÑO Y COMUNICACIONES  
EN LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD DE MARCA A TRAVÉS DE  
LAS NARRATIVAS VISUALES**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Diseño  
Gráfico**

**MARIA FERNANDA CABRERA AGUERO**

**(C0009-0003-3000-0220)**

**Lima – Perú**

**2025**

**Dedicatoria**

*A mis gatitos, por cada desvelo compartido. Gracias por acompañarme en cada paso, aunque sea caminando sobre el teclado. Y sobre todo por aquellos que viven y crean para otros, porque cada creación es un acto de compartir y evolucoionar.*

## Índice General

<b>Resumen Ejecutivo .....</b>	<b>8</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>9</b>
<b>Capítulo I: Portafolio Digital .....</b>	<b>11</b>
Identificación de la importancia del portafolio en el ámbito laboral.....	11
Creación del portafolio digital.....	12
Diseño del portafolio digital.....	25
<b>Capítulo II: Logo Naming .....</b>	<b>29</b>
Desarrollo de la conceptualización del logo Naming .....	29
Desarrollo del tratamiento gráfico.....	32
Desarrollo y conceptualización del estilo visual .....	38
<b>Capítulo III: Identidad de una Marca para Plataformas Digitales .....</b>	<b>52</b>
Diseño de una identidad de marca.....	52
implementación de la marca para diversos espacios y formatos digitales y web .....	53
Presentación de propuesta del portafolio digital.....	62
<b>Capítulo IV: Lanzamiento de Marca.....</b>	<b>62</b>
Uso de las tendencias actuales de animación .....	86
Identificación del valor diferencial de la marca .....	93
Aplicación del Pitch Elevator para la presentación .....	94
<b>Conclusiones y Recomendaciones .....</b>	<b>98</b>
<b>Referencias Bibliográficas .....</b>	<b>100</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>103</b>

## Índice de Tablas

Tabla 1	<i>Tabla de Contenido para las redes de Ethos</i> .....	59
Tabla 2	<i>Las mejores horas para publicar en TikTok en 2025</i> .....	59
Tabla 3	<i>Mejor hora para publicar en Instagram en 2025</i> .....	60
Tabla 4	<i>La mejor hora para publicar en LinkedIn en 2024</i> .....	60

## Índice de Figuras

<b>Figura 1</b> <i>Segmentación Ethos</i> .....	15
<b>Figura 2</b> <i>Buyer Person</i> .....	17
<b>Figura 3</b> <i>Moodboard para el Portafolio Digital</i> .....	19
<b>Figura 4</b> <i>Paleta de Colores</i> .....	20
<b>Figura 5</b> <i>Formato CV para introducir en el portafolio</i> .....	21
<b>Figura 6</b> <i>Juego de tipografías seleccionadas para el Portafolio Digital</i> .....	21
<b>Figura 7</b> <i>Formas Curvilíneas</i> .....	22
<b>Figura 8</b> <i>Mockups Editorial</i> .....	22
<b>Figura 9</b> <i>Imágenes estilizadas en Semitonos</i> .....	23
<b>Figura 10</b> <i>Efectos para Destacar</i> .....	24
<b>Figura 11</b> <i>Fotografías en Blanco y Negro tratando de imitar un estilo análogo</i> .....	24
<b>Figura 12</b> <i>Mockups para Redes Sociales</i> .....	25
<b>Figura 13</b> <i>Iconografía Estrategia</i> .....	27
<b>Figura 14</b> <i>Iconografía Autenticidad</i> .....	28
<b>Figura 15</b> <i>Iconografía Reinención</i> .....	28
<b>Figura 16</b> <i>Boceto de Logotipo de la Marca Ethos</i> .....	30
<b>Figura 17</b> <i>Logotipo de la Marca Ethos</i> .....	31
<b>Figura 18</b> <i>Mockup Fachada de Ethos</i> .....	33
<b>Figura 19</b> <i>Mockup de Ethos en diferentes soportes</i> .....	33
<b>Figura 20</b> <i>Moodboard de inspiración para la gráfica de la marca</i> .....	34
<b>Figura 21</b> <i>Paleta de colores</i> .....	35
<b>Figura 22</b> <i>Tratamiento digital de Fotografías siguiendo estética análoga</i> .....	37
<b>Figura 23</b> <i>Estilo Semitonos</i> .....	38

<b>Figura 24</b> <i>Post Be Unique</i> .....	40
<b>Figura 25</b> <i>Post Trainspotting</i> .....	42
<b>Figura 26</b> <i>Carrusel Editorial x Nude Project</i> .....	43
<b>Figura 27</b> <i>Post Contenido de valor</i> .....	44
<b>Figura 28</b> <i>Post Be Different</i> .....	45
<b>Figura 29</b> <i>Sexta Publicación</i> .....	47
<b>Figura 30</b> <i>Carrusel Social Media para marca El Baje</i> .....	48
<b>Figura 31</b> <i>Carrusel Storytelling Ethos</i> .....	49
<b>Figura 32</b> <i>Post Be Authentic</i> .....	49
<b>Figura 33</b> <i>Tiktok Recomendaciones de Sitios Web para Creadores</i> .....	51
<b>Figura 34</b> <i>Gráfica de Objetivos SMART</i> .....	55
<b>Figura 35</b> <i>Gráfica de Embudo de Conversión</i> .....	58
<b>Figura 36</b> <i>Plantilla de Contenido Visual Ethos</i> .....	60
<b>Figura 37</b> <i>Diagramación para la Revista Seventeen, Edición “Locally Hated”</i> .....	63
<b>Figura 38</b> <i>Imagen bocetos para la diagramación de la revista Trendy Tunes</i> .....	64
<b>Figura 39</b> <i>Diseño final de la diagramación realizada para la revista Trendy Tunes</i> .....	65
<b>Figura 40</b> <i>Imagen de Logo El Baje</i> .....	67
<b>Figura 41</b> <i>Imagen del Identidad Visual para la marca El Baje</i> .....	67
<b>Figura 42</b> <i>Sección Fotográfica</i> .....	68
<b>Figura 43</b> <i>Moodboard pre fotomontaje Poster de Película</i> .....	70
<b>Figura 44</b> <i>Diseño Final poster de película</i> .....	70
<b>Figura 45</b> <i>Moodboard pre fotomontaje Astronauta</i> .....	72
<b>Figura 46</b> <i>Diseño final fotomontaje Astronauta</i> .....	72

<b>Figura 47</b> <i>Presentación del Diseño del Portafolio Digital</i> .....	74
<b>Figura 48</b> <i>Primera sección</i> .....	87
<b>Figura 49</b> <i>Segunda sección</i> .....	88
<b>Figura 50</b> <i>Tercera sección</i> .....	88
<b>Figura 51</b> <i>Cuarta sección</i> .....	89
<b>Figura 52</b> <i>Quinta sección</i> .....	90
<b>Figura 51</b> <i>Sexta sección</i> .....	90
<b>Figura 54</b> <i>Sección de contactos</i> .....	91
<b>Figura 55</b> <i>Videoreel de Ethos</i> .....	92

## Resumen Ejecutivo

El presente proyecto explora el papel fundamental que desempeña una agencia de diseño y comunicaciones en la construcción de identidad de marca mediante el uso estratégico de narrativas visuales. En un mercado competitivo como el de Lima Metropolitana, donde la diferenciación es clave para la supervivencia y crecimiento de los negocios, se evidencia la necesidad de propuestas gráficas que vayan más allá de lo estético. A través de la creación de la agencia ETHOS, se demuestra cómo el diseño puede convertirse en una herramienta narrativa capaz de comunicar valores, conectar emocionalmente con la audiencia y generar posicionamiento en el entorno digital. Cada fase del proyecto desde la elaboración del portafolio digital hasta la implementación de estrategias visuales para plataformas sociales estuvo guiada por la búsqueda de una identidad coherente, auténtica y funcional. Asimismo, el análisis del público objetivo, la definición del valor diferencial y la creación de contenido adaptado al entorno digital consolidaron una propuesta que integra comunicación visual, y estrategia. En conjunto, este trabajo reafirma que las agencias de diseño no solo ejecutan, sino que interpretan, conceptualizan y proyectan marcas con intención, aportando soluciones diferenciadoras que responden a las nuevas dinámicas del mercado y fortalecen el valor de las marcas desde sus cimientos visuales. Su labor va más allá de lo gráfico, generan identidad a través de decisiones visuales que reflejan la personalidad, el propósito y la visión de cada negocio. Así, se posicionan como agentes fundamentales en el desarrollo estratégico de marcas auténticas, relevantes y sostenibles, capaces de evolucionar con coherencia dentro de un entorno cambiante, competitivo y profundamente visual.

**Palabras clave:** [Narrativas visuales; Identidad de marca; Agencia de diseño; Comunicación estratégica]